



枣矿集团煤炭产品研发中心人员正对研发的新煤种进行硫分对比监测。(资料片)

由“生产”煤炭向“经营”煤炭转变

枣矿集团今年一季度精煤销售历史性突破 100 万吨,同比增长 57%

煤炭市场持续下滑,如何破解“跌跌不休”的煤价给煤炭企业带来的生存难题?

“面对供大于求的煤炭市场,要转变思维方式,深化商业模式创新,由传统的产煤卖煤向经营煤炭转变。”山东能源枣矿集团董事长、党委书记满慎刚说。

枣矿集团将煤炭“经营”意识融入产运销全过程,未雨绸缪调整产品和运输结构,优化市场布局,以“产销深度协同”为手段,加大效益煤种营销力度。今年一季度精煤销量创同期最好水平。其中,3月份精煤销量历史性突破 100 万吨,同比增长 57%。

洗煤技改让“灰姑娘”变身“白天鹅”

枣矿集团本部近几年来原煤产量始终保持在 2000 万吨以上,品种比较单一,但选煤厂入洗能力在 1100 万吨/年,每年还有近 1000 万吨原煤直接销售,在一定程度上挤压了利润空间,限制了市场的主动性。

枣矿集团未雨绸缪,根据区位、煤种优势,早在市场“转向”之初就布局精煤战略和洗煤技改工程,投资 4.5 亿元对矿区选煤厂进行了大规模的技术改造,突破了现有设备对原煤入洗能力的限制,精煤产能达到 1000 万吨,产品由低端产品升级为高端产品,由单一品种变为多元品种,做到了市场需要什么灰分级别的煤就可生产什么煤,什么煤赚钱就生产什么煤,产品在市场中的竞争

力大大加强。

枣矿集团新安煤业公司和滨湖煤矿主产气精煤和气肥煤,一直都作为动力用煤进行销售,使用渠道单一,受市场波动影响大,销售特别困难。枣矿集团果断投资 2 亿元于 2014 年 10 月、2015 年 6 月先后建成了新安、滨湖炼焦煤选煤厂,使得新安煤业公司气精煤和滨湖煤矿气肥精煤也能走进焦炉,丰富了销售渠道,昔日少人问津的产品也能卖得俏。目前新安煤业公司气精煤月产销量达到 12 万余吨,滨湖煤矿高硫气肥精煤月产销量也达到 3 万吨,彻底扭转了两矿销售被动局面。

枣矿集团柴里煤矿是一个有着 50 余年开采历史的老矿,

随着开采年限的延长,原煤产量逐渐下降,本矿生产的精煤尚不能满足周边焦化企业的用量需求。为此枣矿集团充分利用柴里煤矿自身的区位优势,对该矿洗选设备进行全面改造,并在原有运输能力 30 万吨/年的筒易外来系统基础上扩建一套 120 万吨/年的外来煤卸车系统,根据矿井产量、煤质等实际开展跨矿入洗业务,实现了产量与质量的取长补短。

洗煤厂技改让原煤全入洗,跨矿入洗、洗配结合成为现实,黑色的煤炭变身洁净、绿色能源,改善了产品结构,增加了产品附加值,掌握了市场主动权,为枣矿集团由生产煤炭向经营煤炭转变提供了强大支撑。

把鸡蛋放在多个篮子里

“我们去年初就果断利用选煤厂技改时机建设了仓存精煤汽车装车系统,开通了地销精煤渠道。”枣矿集团蒋庄煤矿运销科科长王森说,“利用矿井紧邻微山湖,内河港口发达的优越地理位置,打通了水汽联运通道,使我矿的营销渠道形成了黄金三角,铁运、汽运、水运路路畅通。”

随着煤炭市场的跳水式下滑,便捷、低成本的物流运输也成了竞争的砝码,枣矿集团科学决策,利用区位优势进一步优化运输结构,努力拓宽销售渠道。

利用铁运处尹洼集配站地处西部矿井中心地带,距各矿运距较近,铁路运输方便、灵活、可靠,可直接解决货源与运输的衔接问题等优势,成立煤炭转运仓储中心,吸收大批沿江、沿河的煤炭用户,形成一个多种运输渠道,面向多个用户的多层次发展空间。

为了降低运输成本,枣矿集团大力拓展精煤水运渠道,水运占到运输的 20%,地销精煤占到 49%。不仅为用户降低了运输费用,还拓宽了精

煤销路,实现了互惠共赢。

过去,枣矿精煤主要供应武钢、宝钢、南钢、马钢等钢铁行业,但随着钢铁行业形势的下滑及环保压力的加大,对煤炭需求产生了严重的冲击。枣矿集团田陈煤矿早做打算,通过调研周边 100 公里范围内的独立焦化企业,率先打入济宁等周边焦化市场,为开拓新的精煤销售市场创出了一条新路。今年一季度,枣矿集团周边焦化企业销量占到 55% 左右。

目前枣矿已经拥有铁运、汽运、水运、铁水联运、水汽联运、自备车运输等多渠道运输方式,实现了销售途径多元化,为进一步优化市场布局、在巩固老客户的基础上开拓方圆半径 200 公里的焦化企业市场打下了坚实的基础。

枣矿集团还借助地处京杭运河的区位优势,大力推进精煤水运工程建设,着力打造铁水联运的大格局,不仅可拓展沿途两岸用户,还降低了运输成本,减少了污染,届时将形成辐射周边的销售网络。

(王娟)

“私人订制”提供管家式服务

“要围绕‘个性化服务,订单式生产’目标,充分发挥煤炭产品研发中心优势,对内深化产销协同深度,对外扩展服务交流广度。”枣矿集团总经理杨尊献说。

随着煤炭市场由卖方市场转入买方市场,要想在残酷的市场竞争中站稳脚跟,必须创新商业模式,确保做到“人无我有,人有我更精”。

为此,枣矿集团于去年 6 月份成立煤炭产品研发中心,组建了技术研发队伍,根据自有煤种优势和特点,结合重点客户需求,大力开发产销对路、经济适用的新产品,为用户提供能源综合利用解决方案。

为了给客户提供更精准的服务,枣矿集团与十余家国内知名院校、大型钢铁焦化企业建立了煤炭产品技术交流机制,与各大企业配煤专家直接对接,根据客户需求确立研究课题,签订合作协议,联合进行定向技术攻关。

枣矿将采场、现场与市场直接对接,每月召开产销联席会议,找准采场与市场的结合点,产量与质量的平衡点,调控生产布局,设计配采比例,以销售结构确定洗选加工品种、以洗选品种确定原煤产量和质量,形成了产销深度协同互补的大格局。

随着钢铁市场、煤炭市场的变化,降低原料成本、选

择性价比高的原材料,优化炼焦配比方案,将成为焦化企业重要的工作内容之一。

枣矿集团按照“私人订制”的要求,对各矿煤炭产品结构进行了大幅度优化调整,将 1/3 焦精煤按照灰分和硫分的不同进一步细化,不仅满足了不同客户的需求,还降低了用户的成本,枣矿煤也因此受到了客户的青睐。

目前该集团不同灰分、硫分等级的精煤品种共 16 个,新煤种,新品种产销量占比达到 20%,彻底改变了原有单一的低灰低硫 1/3 焦精煤生产销售格局,大幅提升了“枣矿煤”在重点用户炼焦配比中的份额。



枣矿集团新建成运行的精煤仓。(资料片)